

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Tahapan – tahapan pengumpulan adalah penyusunan kuisisioner, validasi butir – butir pertanyaan dari kuisisioner yang disusun, dan penentuan jumlah responden dalam penelitian ini. Selanjutnya dilakukan penyebaran dan penarikan kembali kuisisioner yang disebarakan, serta pengujian konsistensi jawaban responden dengan uji reliabilitas.

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

CV Jendral Electric adalah merupakan instansi yang bergerak didalam bidang *Service AC* dan pemasangan CCTV. Untuk *Service AC* meliputi Pemasangan AC, bongkar pasang AC, pergantian unit indoor atau outdoor, service error pada indoor / outdoor, cleaning AC. Dan untuk CCTV, meliputi pergantian unit CCTV, pergantian adaptor dan perbaiki pada DVR *Recording*.

4.1.2. Penyusunan Kuesioner

Berikut penjejelasan mengenai penyusunan kuesioner untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan hasil survey dari responden dengan menggunakan kuesioner terbuka,dan diimplikasi kedalam lima dimensi Servqual :

1. Melakukan wawancara dengan pihak manajemen untuk menemukan permasalahan yang sering terjadi pada pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan.
2. Melakukan pengamatan tersendiri berdasarkan keadaan lapangan secara langsung

3. Membuat kuesioner dengan menggabungkan kedua fakta yaitu pengamatan secara langsung dan wawancara dengan pihak manajemn

Pada penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data primer. Kuesioner disusun dari atribut - atribut berdasarkan kelima dimensi SERVQUAL. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu tingkat kepentingan, tingkat kepuasan (persepsi), dan tingkat harapan. Pada tahap ini kuesioner yang telah disusun kemudian disebarakan, kuesioner tingkat kepentingan yaitu kuesioner yang berisi tentang sikap konsumen terhadap tingkat kepentingan atribut layanan yang diberikan. Kuesioner tingkat kepuasan dan harapan konsumen yaitu kusioner yang berisi tingkat pelayanan yang dirasakan selama menjadi pelanggan *service AC* , dan tentang harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Kusioner tingkat kepuasan dan harapan konsumen yaitu kusioner yang berisi tingkat pelayanan yang dirasakan selama menjadi pelanggan *service AC* dan tentang harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Tingkat kepentingan berisi pernyataan untuk mengukur tingkat kepentingan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa AC dan CCTV CV. Jendral Electric. Tingkat persepsi (kepuasaan *Customer*) bersi pernyataan untuk mengukur penilaian *Customer* terhadap perusahaan, tingkat harapan berisi pernyataan untuk mengetahui harapan umum dari *Customer* terhadap pelayanan perusahaan. Bentuk kuesioner dpat dilihat pada lampiran 1 dan 2 di lembar lampiran.

Berikut adalah atribut tingkat kualitas pelayanan yang digunakan dalam penyusunan kuesioner. Lihat pada table 4.1.

Tabel 4.1 Atribut Tingkat Pelayanan

No	Dimensi	Atribut Pelayanan
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1. Memiliki peralatan yang modern 2. Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik, 3. Kerapian penampilan petugas penyedia jasa 4. Petunjuk pemasangan lokasi produk AC baru yang jelas
2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	5. Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan 6. Pelayanan sesuai tepat pada waktunya 7. Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan 8. Dapat diandalkan dalam menangani masalah 9. Kecepatan dalam memberikan pelayanan
3	Responsiveness (ketanggapan)	10. Pelayanan administrasi yang cepat 11. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat 12. Menerima komplain dengan baik 13. Spare part yang mudah 14. Tindakan cepat tanggap atas keluhan
4	<i>Assurance</i> (assuransi)	15. Garansi yang mudah 16. Memberikan pertukaran produk apabila produk tersebut cacat, dengan catatan apabila membeli AC second atau bekas 17. Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan
5	<i>Emphaty</i> (Empati)	18. Memahami kebutuhan spesifik pelanggan 19. Mengutamakan kepentingan pelanggan 20. Memberikan perhatian secara individual

		kepada para pelanggan 21. Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi 22. Keramahan pada saat melayani pelanggan 23. Memberikan solusi atas permasalahan atau trouble produk AC
--	--	--

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, beberapa atribut merupakan tujuan penelitian yaitu tentang permasalahan yang sedang dialami oleh jasa *Service AC* dan CCTV, CV Jendral Electric. Berikut adalah penjelasan atribut yang digunakan dalam kuesioner:

1. Memiliki peralatan yang modern

Atribut ini menjelaskan apakah peralatan yang digunakan dalam perbaikan AC masih tradisonal atau sudah modern dalam *Service AC*. seperti contoh penggunaan remot control pada alat semprot jet cleaner .

2. Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik

Atribut ini menjelaskan apakah peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik dalam dipergunakan untuk perbaikan *Service AC*.

3. Kerapian petugas penyedia jasa

Atribut ini menjelaskan apakah karyawan berpenampilan menarik, sopan dalam arti karyawan menggunakan pakaian yang tidak membuat Customer risih dan tidak nyaman.

4. Petunjuk pemasangan lokasi produk AC baru dan yang jelas

Atribut ini menjelaskan tentang apakah petunjuk pemasangan AC baru sesuai dengan arahan Customer dan tidak mengambil keputusan sendiri

5. Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan

Atribut ini menjelaskan tentang layanan yang dijanjikan sesuai apakah sesuai dengan perjanjian awal seperti Service AC cleaning AC tanpa penambahan Freon kecuali ada kekurangan setelah di cek terlebih dahulu.

6. Pelayanan sesuai tepat pada waktunya

Atribut ini menjelaskan tentang pelayanan yang tepat pada waktunya, dalam arti tepat pada waktu yang disepakati.

7. Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan

Atribut ini menjelaskan tentang konsistensi dalam mengerjakan suatu pekerjaan tanpa ada kesalahan yang mengakibatkan kerugian pada kedua belah pihak.

8. Dapat diandalkan dalam menangani masalah

Atribut ini menjelaskan tentang apakah penyedia jasa dapat diandalkan dalam menangani masalah trouble pada AC, misalnya dalam menangani masalah AC kurang dingin.

9. Kecepatan dalam memberikan pelayanan

Atribut ini menjelaskan tentang kecepatan dalam memberikan pelayanan, seperti kecepatan dalam pemasangan AC sesuai dengan harapan para *Customer*.

10. Pelayanan administrasi yang cepat

Atribut ini menjelaskan tentang pelayanan administrasi yang cepat, maksudnya dalam melakukan transaksi bisa menggunakan Transfer Rekening Bank, diangsur ataupun dengan Cash.

11. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat

Atribut ini menjelaskan tentang kebutuhan spesifikasi produk produk AC, dengan membandingkannya produk satu dengan produk yang lain, sehingga para *Customer* dapat mengetahui dan memahami setiap produk AC.

12. Menerima komplain dengan baik

Atribut ini menjelaskan tentang complain yang disampaikan diterima dengan baik dan lapang dada serta mengakui kesalahan dan bertanggung jawab sepenuhnya.

13. Spare Part yang mudah

Atribut ini menjelaskan tentang ketersediaan akan spare part yang mudah tanpa harus membeli di toko terdekat, karna spare part yang selalu dibawa.

14. Tindakan cepat tanggap atas keluhan

Atribut ini menjelaskan tentang tindakan cepat tanggap atas keluhan yang disampaikan oleh Customer, dan memperbaikinya dalam suatu permasalahan yang ada.

15. Garansi yang mudah

Atribut ini menjelaskan tentang memberikan garansi kepada para pelanggan tentang produk yang mengalami masalah atau mengalami trouble.

16. Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat , dengan catatan apabila membeli produk bekas atau second

Atribut ini menjelaskan tentang memberikan pertukaran produk apabila produk tersebut cacat dari perusahaan. Dimana produk tersebut dapat ditukar apabila mengalami cacat dari perusahaan dengan persyaratan apabila produk tersebut bekas atau second.

17. Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan

Atribut ini menjelaskan tentang adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan unit AC baru.

18. Memahami kebutuhan spesifik pelanggan

Atribut ini menjelaskan tentang pemahaman kebutuhan spesifik yang diinginkan pelanggan, dengan demikian pelanggan akan mempunyai rasa kepercayaan terhadap penyedia jasa.

19. Mengutamakan kepentingan pelanggan

Atribut ini menjelaskan tentang mengutamakan kepentingan pelanggan, dimana pelanggan adalah faktor utama dalam pencapaian keberhasilan suatu perusahaan.

20. Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan

Atribut ini menjelaskan tentang memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan, dimana dengan memberikan perhatian secara individu maka pelanggan tersebut akan loyal dalam artian pelayanan yang dilakukan sesuai dengan harapan pelanggan.

21. Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi

Atribut ini menjelaskan tentang saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi, dimana alat komunikasi tersebut selalu *stand by*.

22. Keramahan pada saat melayani pelanggan

Atribut ini menjelaskan tentang keramahan pada saat melayani pelanggan, dimana melayani pelanggan dengan keramahan adalah suatu hal yang utama dan yang terpenting dalam melakukan pekerjaan.

23. Memberikan solusi atas permasalahan atau trouble pada unit AC

Atribut ini menjelaskan tentang penyampain permasalahan tentang indicator kerusakan pada produk AC dan bagaimana cara memperbaikinya.

4.1.3. Uji Kecukupan Data

Untuk mendapatkan jumlah minimum sampel agar memenuhi uji kecukupan data dan dapat mewakili atau mempresentasikan suatu populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah rata-rata *Customer* yang memakai jasa AC, setiap bulan pada tahun 2018 sebesar 70 *Customer*. Nilai kesalahan yang digunakan adalah 5% maka dengan rumus *Slovin* dapat dihitung jumlah sample (n) yang diketahui, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{70}{1 + 70(e)^2} = 59.574$$
$$= 59$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa jumlah minimum kuesioner yang disebar adalah sebanyak 59 buah kepada reponden. Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner pada saat melakukan aktifitas bekerja, maka tidak ada kekurangan dari jumlah kuesioner tersebut dan kembali dengan keadaan rapi.

Sesuai dengan sampel yang sudah ditentukan sebelumnya dengan penyebaran kuesioner terhadap 59 responden, seluruh kuesioner terjawab dengan baik dan dikumpulkan kembali.

4.1.4 Uji Validitas

Berdasarkan data hasil kuesioner untuk penilaian tingkat kepuasan (persepsi), harapan dan kepentingan pengguna AC, maka dilakukan pengujian validitas dari 23 pertanyaan sebanyak 59 sampel

dengan menggunakan persamaan korelasi pada SPSS16. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir pertanyaan adalah,:

1. jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka atribut tersebut valid
2. jika r hitung negatif dan r hitung $<$ r tabel maka atribut tersebut tidak valid.

Tabel 4.2 Hasil uji Validitas Tingkat Kepuasan (Persepsi) Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.634	0.2521	Valid
2	0.589	0.2521	Valid
3	0.373	0.2521	Valid
4	0.577	0.2521	Valid
5	0.633	0.2521	Valid
5	0.731	0.2521	Valid
6	0.685	0.2521	Valid
7	0.636	0.2521	Valid
8	0.666	0.2521	Valid
9	0.687	0.2521	Valid
10	0.484	0.2521	Valid
11	0.488	0.2521	Valid
12	0.466	0.2521	Valid
13	0.504	0.2521	Valid
15	0.511	0.2521	Valid
16	0.485	0.2521	Valid
17	0.542	0.2521	Valid
18	0.535	0.2521	Valid
19	0.685	0.2521	Valid
20	0.538	0.2521	Valid
21	0.462	0.2521	Valid
22	0.608	0.2521	Valid
23	0.519	0.2521	Valid

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Pelanggan

Pertanyaan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
1	0.811	0.2521	Valid
2	0.754	0.2521	Valid
3	0.732	0.2521	Valid
4	0.736	0.2521	Valid
5	0.746	0.2521	Valid
6	0.779	0.2521	Valid
7	0.833	0.2521	Valid
8	0.780	0.2521	Valid
9	0.785	0.2521	Valid
10	0.812	0.2521	Valid
11	0.737	0.2521	Valid
12	0.781	0.2521	Valid
13	0.668	0.2521	Valid
14	0.733	0.2521	Valid
15	0.716	0.2521	Valid
16	0.719	0.2521	Valid
17	0.693	0.2521	Valid
18	0.758	0.2521	Valid
19	0.780	0.2521	Valid
20	0.863	0.2521	Valid
21	0.665	0.2521	Valid
22	0.772	0.2521	Valid
23	0.765	0.2521	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.756	0.2521	Valid
2	0.715	0.2521	Valid
3	0.671	0.2521	Valid
4	0.751	0.2521	Valid
5	0.702	0.2521	Valid
6	0.794	0.2521	Valid
7	0.797	0.2521	Valid
8	0.696	0.2521	Valid
9	0.741	0.2521	Valid
10	0.753	0.2521	Valid
11	0.660	0.2521	Valid
12	0.701	0.2521	Valid
13	0.596	0.2521	Valid
14	0.677	0.2521	Valid
15	0.669	0.2521	Valid
16	0.621	0.2521	Valid
17	0.658	0.2521	Valid
18	0.690	0.2521	Valid
19	0.747	0.2521	Valid
20	0.737	0.2521	Valid
21	0.657	0.2521	Valid
22	0.694	0.2521	Valid
23	0.720	0.2521	Valid

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi *product moment* menggunakan SPSS 16 seluruh atribut pertanyaan pada data atribut pertanyaan pada data tingkat kepuasan, harapan dan kepentingan berada diatas 0.2521, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut pertanyaan pada kuesioner adalah valid dan layak digunakan dalam penelitian.

4.1.5 Uji Reliabilitas Data

Berdasarkan data hasil kuesioner untuk penilaian tingkat kepuasan (persepsi), harapan dan kepentingan pelanggan terhadap jasa AC, ka dilakukan pengujian reliabilitas dari 23 pertanyaan sebanyak 59 sampel dengan menggunakan rumus *Cornbach's Alpha* pada SPSS 16. Berikut adalah tabel 4.5 tentang hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.5 Uji Reabilitas menggunakan *Software* SPSS 16.

No	Jenis Data	<i>r</i> Tabel	<i>r</i> Hitung	Keterangan
1	Data Tingkat Kepuasan	0.2521	0.952	Reliabel
2	Data Tingkat Harapan	0.2521	0.953	Reliabel
3	Data Tingkat Kepentingan	0.2521	0.960	Reliabel

4.1.6 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan pada 70 pelanggan atau Customer pengguna jasa AC. Tujuannya adalah untuk meyakinkan bahwa responden memahami pertanyaan yang diberikan serta untuk mendapatkan atribut lain dari responden. Semua kuisisioner yang disebar dikembalikan oleh pelanggan yang menjadi responden. Responden juga menjawab semua isi pertanyaan dari kuisisioner tersebut.

Pada penyebaran kuesioner peneliti menganggap bahwa responden sudah mengerti terhadap pertanyaan yang diberikan, serta peneliti tidak mendapatkan atribut tambahan dari responden.

Untuk pengisian kuesioner responden diminta untuk memberikan nilai skala terhadap atribut-atribut pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan. Skala yang digunakan adalah skala *likert* 1 sampai 5.—Rekapitulasi hasil kuisisioner tersebut ada di Lampiran 1 halaman 110

4.2. Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini adalah tahapan – tahapan pengolahan data sesuai dengan metode Servqual, selanjutnya dilakukan pembuatan rumah kalitas. Hasil perhitungan servqual digunakan sebagai input tahap awal dari pendekatan rumah kualitas, yaitu pada tahap *voice of customer*.

4.2.1. Nilai Kesenjangan Gap antara Kepuasan Dan Harapan

Pada Penelitian ini kesenjangan gap digunakan untuk mengukur kesenjangan pelayanan yang dirasakan (kepuasan) dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan. Untuk mendapatkan nilai kepuasan dan harapan sebagai langkah pertama adalah dengan melakukan perhitungan total nilai harapan pada setiap atribut pelayanan. Berikut adalah rumus perhitungan menentukan nilai gap :

$$\begin{aligned}\text{Total Nilai Persepsi Atribut} &= \frac{\sum(\text{Skala Kepuasan})(\text{Jumlah Responde})}{\text{Total Jumlah responden}} \\ &= \frac{(1 \times 0) + (2 \times 6) + (3 \times 25) + (4 \times 14) + (5 \times 14)}{59} \\ &= 3.610\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Nilai Harapan Atribut 1} &= \frac{\sum(\text{Skala Harapan})(\text{Jumlah Responde})}{\text{Total Jumlah responden}} \\ &= \frac{(1 \times 3) + (2 \times 13) + (3 \times 21) + (4 \times 16) + (5 \times 16)}{59} \\ &= 4.000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai Gap} &= \text{Total nilai persepsi (kepuasaan) atribut 1} - \text{Total nilai harapan atribut 1} \\ &= 3.610 - 4.000 \\ &= -0.390\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas nilai *gap* untuk atribut 1 adalah sebesar -0.390. Hasil perhitungan nilai *gap* untuk setiap atribut dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Perhitungan Nilai *Gap*

No	Atribut Pelayanan	Nilai Kepuasan	Nilai Harapan	<i>Gap</i>
1	Memiliki peralatan yang modern	3.610	4.000	-0.390
2	Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik	3.949	3.512	0.437
3	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.389	3.627	-0.238
4	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.542	3.864	-0.322
5	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan	3.813	3.288	0.525
6	Pelayananan sesuai tepat pada waktunya	3.830	3.474	0.356
7	Pelayanan yang sana untuk semua pelanggan tanpa kesalahan	4.152	3.762	0.390
8	Dapat diandalkan dalam menangani masalah	3.864	3.627	0.237
9	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	4.152	3.593	0.559
10.	Pelayanan administrasi yang cepat	3.966	3.610	0.356
11.	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3.525	3.355	0.170
12.	Menerima komplain dengan baik	3.864	3.593	0.271
13.	Spare part yang mudah	3.711	3.830	-0.119
14.	Tindakan cepat tanggap atas keluhan	3.627	3.338	0.289
15.	Garansi yang mudah	3.677	3.457	0.220
16.	Memberikan pertukaran produk apabila produk tersebut cacat, dengan catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.220	3.711	-0.491
17.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	3.576	4.118	-0.542

18.	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan	3.745	3.491	0.254
19.	Mengutamakan kepentingan pelanggan	3.864	3.508	0.356
20.	Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan	3.813	3.644	0.169
21.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.745	4.033	-0.288
22.	Keramahan pada saat melayani pelanggan	3.711	3.423	0.288
23.	Memberikan solusi atas permasalahan atau trouble produk AC	3.949	3.627	0.322

4.2.2. Penyusunan *House Of Quality* (HOQ)

4.2.2.1 Matriks *Customer Needs* (Whats)

Berdasarkan perhitungan nilai *gap* tiap atribut pada tabel 4.6 menunjukkan sampai sejauh mana pihak penyedia jasa *Service AC* telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan *Customer*. Nilai *gap* yang bernilai *negative* menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa *Service AC*, sehingga akan dijadikan sebagai *Customer Needs*. Tabel 4.7 didapat dari perhitungan Nilai Kepuasan – Nilai Harapan

$$Q = P - E$$

Dimana :

Q = Kualitas Pelayanan

P = Persepsi

E = Harapan (Ekspektasi)

Tabel 4.7 *Customer Needs*

No	<i>Customer Needs</i>	Gap	Rank
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	-0.542	1
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengan catatan apabila membeli AC second atau bekas	-0.491	2
3.	Memiliki peralatan yang modern	-0.390	3
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	-0.322	4
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	-.0.288	5
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	-0.238	6
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	-0.119	7

4.3. Matriks Perencanaan

4.3.1. *Importance to Customer*

Perhitungan selanjutnya adalah menentukan nilai *importance to customer* tingkat kepentingan untuk mengetahui nilai tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen, setiap atribut pertanyaan. Pegolahan data ini mencerminkan tingkat kepentingan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan jasa AC terhadap indikator yang ada berdasarkan kuesioner.

$$\text{Total Nilai Kepentingan} = \frac{\sum(\text{Skala kepentingan})(\text{jumlah responden})}{\text{Total jumlah responden}}$$

$$\frac{(1 \times 2) + (2 \times 9) + (3 \times 23) + (4 \times 13) + (5 \times 12)}{59}$$

$$= 3.406$$

Berdasarkan perhitungan diatas nilai tingkat kepentingan pelanggan untuk atribut “*Memiliki peralatan yang modern*” adalah sebesar 3.406. hasil perhitungan nilai tingkat kepentingan untuk setiap atribut *voice of customer* dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 *Importance to Customer*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Importance to Customer</i>
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	3.474
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.067
3.	Memiliki peralatan yang modern	3.406
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.372
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.525
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.254
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	3.542

4.3.2. *Customer Satisfaction*

Nilai *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) didasarkan pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Nilai *customer satisfaction* didapatkan dari hasil uji perhitungan nilai gap pada nilai kepuasan .

$$\text{Total Nilai Persepsi Atribut} = \frac{\sum(\text{Skala Kepuasan})(\text{Jumlah Responde})}{\text{Total Jumlah responden}}$$

Nilai *customer satisfaction* dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9 *Customer satisfaction*

No	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Customer Satisfaction</i>
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	3.576
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengan catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.220
3.	Memiliki peralatan yang modern	3.610
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.542
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.745
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.389
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	3.711

4.4 Tingkat Kepuasan Pesaing (*Competitive satisfaction Performance*)

Untuk penilaian menggunakan skala Likert yang bernilai dari 1 sampai 5, dimana skala likert 1. (Sangat tidak puas) 2. (Tidak puas) 3. (Cukup puas) 4. (Puas) 5. (Sangat puas). Berikut rekap data Tingkat Kepuasan pesaing pada tabel 4.10

Tabel 4.10 Skala Tingkat Kepuasan Pesaing.

No	Atribut	Skala Kepuasan Pesaing	Urutan
1	Memiliki peralatan yang modern	2.932	22
2	Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik	3.084	21
3	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.237	15
4	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.406	12
5	Pelayanan sesuai dengan	3.271	16

	janji yang diberikan		
6	Pelayananan sesuai tepat pada waktunya	2.271	23
7	Pelayanan yang sana untuk semua pelanggan tanpa kesalahan	3.237	17
8	Dapat diandalkan dalam menangani masalah	3.305	14
9	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	3.237	18
10.	Pelayanan administrasi yang cepat	5.372	1
11.	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3.186	20
12.	Menerima komplain dengan baik	3.220	19
13.	Spare Part yang mudah	3.559	10
14.	Tindakan cepat tanggap atas keluhan	3.779	5
15.	Garansi yang mudah	3.762	7
16.	Memberikan pertukaran produk apabila produk tersebut cacat, dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.355	13
17.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang megakibatkan kerugian pelanggan	3.610	11
18.	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan	3.813	3
19.	Mengutamakan kepentingan pelanggan	3.796	4
20.	Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan	3.745	8
21.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.779	6
22.	Keramahan pada saat melayani pelanggan	4.050	2
23.	Memberikan solusi atas permasalahan atau trouble produk AC	3.745	9

Dari hasil rekap data Tingkat kepuasan kemudian di lanjut olah data untuk mencari Skala Tingkat Kepuasan.

$$\text{Skala Kepentingan} = \frac{\sum N'}{N}$$

N' = Nilai Tingkat Kepuasan

N = Total Responden

$$\text{Skala Kepuasan pesaing} = \frac{\sum N'}{N}$$

$$= (1 \times 7) + (2 \times 5) + (3 \times 34) + (4 \times 11) + (5 \times 2) = 173$$

Jumlah responden = 59

Maka didapat = $173/59 = 0.029$ kepuasan

Dari hasil skala Tingkat Kepuasan Pesaing di ketahui ada 23 urutan peringkat skala, untuk urutan yang memiliki nilai kepuasan pesaing tertinggi yaitu pada atribut (10) yaitu admininstrasi yang cepat dan untuk skala terendah yaitu pada pernyataan atribut nomer (23) yaitu pelayanan yang sesuai tepat pada waktunya.

4.4.1. Nilai Goal / Target Value

Nilai Goal / Target Value nilai Harapan tujuan merupakan suatu nilai yang ingin dicapai oleh perusahaan agar tidak kalah dengan pesaingnya. nilai goal merupakan tingkat perbaikan yang hendak dilakukan oleh pihak manajemen berdasarkan kemampuan dan keinginan atau tuntutan konsumen. Dengan mengetahui nilai-nilai dari tingkat kepuasan dari pesaingnya yang digunakan sebagai pembanding terhadap kepuasan yang dimiliki penyedia jasa AC CV. Jendral Electric ini diharapkan pelayanan yang diberikan terhadap penyedia jasa AC

CV. Jendral Electric dapat lebih memperhatikan kepuasan konsumennya.

Goal diperoleh dengan membandingkan antara tingkat kepuasan terhadap pelayanan Service AC CV. Jendral Electric terhadap kompetitor yaitu CV Lively Electric. Adapun caranya yakni dengan melihat nilai dari masing-masing atribut yang dimiliki oleh pelayanan CV. Jendral Electric dengan pesaing. Bila pihak CV. Jendral Electric ini mampu untuk mengungguli nilai kepuasan dari kompetitor maka CV. Jendral Electric dapat memberi nilai seperti pesaing tersebut. Namun jika tidak dapat mengungguli pesaing, konsumen sudah merasa puas dengan nilai tersebut, maka CV. Jendral Electric dapat mengambil nilai yang ada dalam atribut-atributnya sendiri sebagai tujuan yang ingin dicapai oleh CV. Jendral Electric.

Untuk atribut memiliki peralatan yang modern diperoleh dari:

$$\text{Total Nilai Persepsi Atribut} = \frac{\sum(\text{Skala Kepuasan})(\text{Jumlah Responde})}{\text{Total Jumlah responden}}$$

$$= \frac{(1 \times 0) + (2 \times 6) + (3 \times 25) + (4 \times 14) + (5 \times 14)}{59}$$

$$= 3.610$$

$$\text{Nilai Kepuasan CV. Jendral Electric} = 3,610$$

$$\text{Total Nilai Persepsi Atribut} = \frac{\sum(\text{Skala Kepuasan})(\text{Jumlah Responde})}{\text{Total Jumlah responden}}$$

$$= \frac{(1 \times 7) + (2 \times 5) + (3 \times 34) + (4 \times 11) + (5 \times 2)}{59}$$

$$= 2.932$$

$$\text{Nilai Kepuasan pesaing CV. Lively Electric} = 2.932$$

$$\text{Goal (tujuan yang ingin dicapai)} = 3,610$$

Nilai kepuasan pada CV. Jendral Electric didapatkan dari total nilai perhitungan atribut. Untuk nilai kepuasan pesaing di dapatkan dari perhitungan total nilai kepuasan.

Jadi CV. Jendral Electric mempunyai nilai tujuan sebesar 3,610 untuk menyaingi tingkat kepuasan yang dimiliki oleh pesaingnya. Berikut ini adalah nilai goal untuk CV. Jendral Electric dan CV Lively Electric yang diperoleh dari tingkat kepuasan yang diharapkan konsumen.

Tabel 4.11 Perbandingan *Nilai Goal* Pesaing

No	Atribut Pelayanan CV Jendral Electric	<i>Nilai Goal</i>	No	Atribut Pelayanan CV Lively Electric	<i>Nilai Goal</i>
1	Memiliki peralatan yang modern	3.610	1	Memiliki peralatan yang modern	2.932
2	Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik	3.949	2	Peralatan yang digunakan berfungsi dengan baik	3.084
3	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.389	3	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.237
4	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.542	4	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.406
5	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan	3.813	5	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan	3.271
6	Pelayananan sesuai tepat pada waktunya	3.830	6	Pelayananan sesuai tepat pada waktunya	2.271
7	Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan	4.152	7	Pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan	3.237
8	Dapat diandalkan dalam menangani masalah	3.864	8	Dapat diandalkan dalam menangani masalah	3.305
9	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	4.152	9	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	3.237
10.	Pelayanan	5.372	10.	Pelayanan	5.372

	administrasi yang cepat			administrasi yang cepat	
11.	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3.525	11.	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3.186
12.	Menerima komplain dengan baik	3.864	12.	Menerima komplain dengan baik	3.220
13.	Profesional dalam memberikan pelayanan	3.711	13.	Profesional dalam memberikan pelayanan	3.559
14.	Tindakan cepat tanggap atas keluhan	3.719	14.	Tindakan cepat tanggap atas keluhan	3.779
15.	Memberikan jaminan kepada pelanggan	3.762	15.	Memberikan jaminan kepada pelanggan	3.762
16.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.355	16.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.355
17.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan	3.610	17.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan	3.610
18.	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan	3.813	18.	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan	3.813
19.	Mengutamakan kepentingan pelanggan	3.864	19.	Mengutamakan kepentingan pelanggan	3.796
20.	Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan	3.813	20.	Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan	3.745
21.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.779	21.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	3.779

22.	Keramahan pada saat melayani pelanggan	4.050	22.	Keramahan pada saat melayani pelanggan	4.050
23.	Penyampaian komunikasi dengan cara yang menyenangkan	3.949	23.	Penyampaian komunikasi dengan cara yang menyenangkan	3.745

4.4.2. Improvement Ratio (IR)

merupakan tingkat perbaikan yang hendak dilakukan oleh pihak manajemen berdasarkan kemampuan dan keinginan atau tuntutan konsumen) dan *customer satisfaction* maka dilakukan perhitungan nilai improvement ratio. Nilai *improvement ratio* menunjukkan seberapa besar perbaikan atau peningkatan kinerja yang harus dilakukan oleh penyedia jasa AC. Berikut adalah contoh perhitungan *Improvement Ratio* pada Atribut “Memiliki peralatan yang modern”

$$\begin{aligned}
 \text{Improvement Ratio} &= \frac{\text{Goal}}{\text{Customer Satisfaction}} \\
 &= \frac{4.000}{3.610} \\
 &= 1.108
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas nilai *Improvement Ratio* untuk atribut “Memiliki peralatan yang modern” adalah sebesar 1.108. Hasil perhitungan *Improvement Ratio* untuk setiap atribut dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 *Improvement Ratio*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Improvement Ratio</i>
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	4.118 / 3.576 1.151 IR
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	3.711 / 3.220 1.152 IR

3.	Memiliki peralatan yang modern	4.000 / 3.610 1.108 IR
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	3.864 / 3.542 1.090 IR
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	4.033 / 3.745 1.076IR
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	3.627 / 3.389 1.070 IR
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	3.830 / 3.711 1.032 IR

4.4.3. Sales Point

Nilai sales point mencerminkan tingkat kepentingan yang dapat diperoleh apabila dilakukan peningkatan perbaikan dan penyempurnaan indicator yang bersangkutan. Nilai sales point yang umum digunakan yaitu:

1 : tanpa titik penjualan

1.2 : titik penjualan tengah

1.5 : titik penjualan kuat

Nilai sales point didapatkan dari hasil brainstorming dengan pemilik usaha. Tabel 4.13 menunjukkan nilai sales point

Tabel 4.13 *Sales Point*

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Sales Point</i>
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang mengakibatkan kerugian pelanggan	1.5
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	1.5
3.	Memiliki peralatan yang modern	1.5
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	1.2
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	1.5
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia	1.5

	jasa	
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	1.5

4.4.4. Raw Weight dan Normalized Raw Weight

Setelah diketahui nilai *Improvement to Customer*, nilai *Improvement Ratio*, dan nilai *Sales Point* maka dilakukan perhitungan nilai *raw weight* menunjukkan seberapa besar perbaikan pelayanan yang harus dilakukan oleh penyedia jasa AC, perhitungan *raw weight* ini melibatkan *importance to customer*, *improvement ratio*, dan *sales point*. Berikut adalah contoh perhitungan *raw weight* dan *normalized raw weight* pada atribut “Memiliki peralatan yang modern”:

$$\begin{aligned}
 \text{Raw Weight} &= \text{Importance to Customer} \times \text{Improvement Ratio} \times \text{Sales Point} \\
 &= 3.474 \times 1.108 \times 1.5 \\
 &= 5.773
 \end{aligned}$$

Cara untuk menghitung nilai *Normalized Raw Weight* adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Normalized Raw Weight} &= \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Raw Weight Total}} \\
 &= \frac{5.660}{10.090} \\
 &= 0.560
 \end{aligned}$$

Tabel 4.14 Raw Weight dan Normalized Raw Weight

No	Customer Needs	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1.	Adanya pemberian ganti rugi apabila ada kesalahan dalam layanan pemasangan yang	5.660	0.150

	mengakibatkan kerugian pelanggan		
2.	Memberikan pertukaran produk apabila produk cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas	5.229	0.139
3.	Memiliki peralatan yang modern	5.660	0.150
4.	Petunjuk pemasangan lokasi AC baru yang jelas	4.410	0.117
5.	Saluran komunikasi penyedia jasa yang mudah dihubungi	5.641	0.150
6.	Kerapian penampilan petugas penyedia jasa	5.222	0.139
7.	Profesional dalam memberikan pelayanan	5.483	0.146
Total		37.488	

4.4.5. *Matriks Technical Respon (Hows)*

Bedasarkan *Voice Of Customer* maka pihak penyedia jasa AC menentukan respon teknis terhadap keinginan – keinginan pelanggan. Hasil diskusi antara peneliti dengan pihak perusahaan respon teknis yang dapat dilakukan perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini tertera pada tabel 4.15


Tabel 4.15 *Technical Respons (Hows)*


No	<i>Technical Respons (Hows)</i>
1.	Pemberian ganti rugi diberikan pada waktu itu juga dengan cash
2.	Pengembalian pasti terhadap barang yang tidak sesuai atau cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas (ditukar)
3.	Penggunaan alat modern menunjang keberhasilan pekerjaan
4.	Memberikan informasi tata letak AC seindah atau sebagus mungkin
5.	Pusat pelayanan pengaduan bersifat stand by
6.	Penggunaan seragam yang bersifat lebih meyakinkan para pelanggan
7.	Karyawan yang sudah terlatih dan mempunyai sertifikat tentang Air Conditioner


4.4.6 Matriks Korelasi Respon Teknis

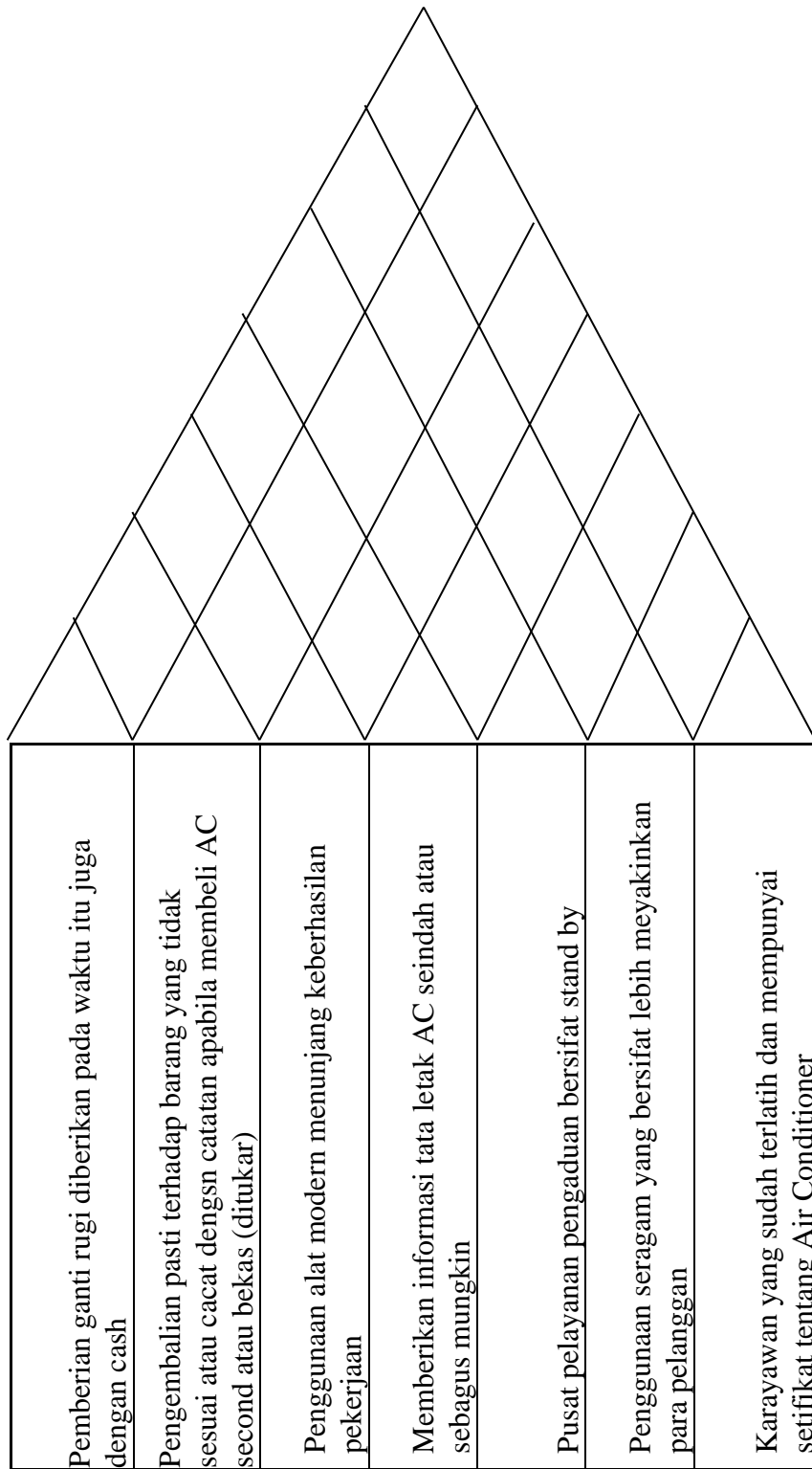
Berdasarkan *Technical Respon (Hows)* maka penyedia jasa AC menentukan korelasi antar teknis respon untuk mengidentifikasi keterkaitan teknis dari suatu fungsi kualitas apakah saling mendukung atau tidak dalam melakukan inovasi. Lihat pada gambar 4.1.

Keterangan :

 = Pengaruh positif sangat kuat

 = Pengaruh positif kuat

 = Pengaruh negative



Gambar 4.1 Matriks Korelasi Respon Teknis

4.4.7. Matriks Relationship

Matriks *Relationship* merupakan hubungan antara respon teknis yang diberikan oleh pihak penyedia jasa AC dengan customer needs yang menunjukkan seberapa kuat hubungan antara keduanya. Penentuan ini dilakukan oleh peneliti dan pihak penyedia jasa AC dengan memberikan simbol korelasi *Relationship*.

Tabel 4.16. *Relationship Matriks*

Simbol	Nilai	Pengertian
<kosong>	0	Tidak ada hubungan
△	1	Mungkin ada hubungan
O	3	Hubungannya sedang
•	9	Sangat kuat hubungannya

Tabel 4.17. Nilai *Relationship Matriks*

Hubungan	Respon Teknis						
	1	2	3	4	5	6	7
Pemberian ganti rugi diberikan pada waktu itu juga dengan cash	•	O	•	O	•	•	•
Pengembalian pasti terhadap barang yang tidak sesuai atau cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas (ditukar)	•	O	O	•	•	•	•
Penggunaan alat modern menunjang keberhasilan pekerjaan	O	•	O	O	O	•	•
Memberikan informasi tata letak AC seindah atau sebagus mungkin	O	△	•	•	•	O	•
Pusat pelayanan pengaduan bersifat stand by	O	•	•	•	O	•	•

Penggunaan seragam yang bersifat lebih meyakinkan para pelanggan	•	O	•	•	•	△	O
Karyawan yang sudah terlatih dan mempunyai setifikat tentang Air Conditioner	•	•	O	•	O	•	O

4.4.8. Matriks Teknis

Matriks teknis merupakan informasi tentang urutan tingkat kepentingan (priorities) dari *Technical Respon*. Nilai *Contribution* menunjukkan kekuatan respon teknis pada keseluruhan kepuasan pelanggan. *Contribution* menentukan prioritas respon manajemen terhadap customer needs. Nilai priority menunjukkan urutan yang digunakan untuk memberi peringkat kepentingan respon teknis yang diberikan penyedia jasa. Berikut adalah perhitungan *Contribution* dan *Normalized Contribution* pada respon teknis

$$Prioritas = \sum [(Relationship) \times (Normalized Raw Weight)]$$

$$1. (9 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150)$$

$$= 7.65$$

$$2. (9 \times 0,139) + (3 \times 0,139) + (3 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (9 \times 0,139)$$

$$= 7.089$$

$$3. (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150)$$

$$= 5.85$$

$$4. (3 \times 0,117) + (1 \times 0,117) + (9 \times 0,117) + (9 \times 0,117) + (9 \times 0,117) + (3 \times 0,117) + (9 \times 0,117)$$

$$=5.031$$

$$5. (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (3 \times 0,150) + (9 \times 0,150) + (9 \times 0,150)$$

$$=7.65$$

$$6. (9 \times 0,139) + (3 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (9 \times 0,139) + (1 \times 0,139) + (3 \times 0,139)$$

$$=5.977$$

$$7. (9 \times 0,146) + (9 \times 0,146) + (3 \times 0,146) + (9 \times 0,146) + (3 \times 0,146) + (9 \times 0,146) + (3 \times 0,146)$$

$$=6.57$$

Tabel 4.18 *Contribution dan Normalized Contribution*

No	Teknis Respon	Prioritas
1.	Pemberian ganti rugi diberikan pada waktu itu juga dengan cash	7.65
2.	Pengembalian pasti terhadap barang yang tidak sesuai atau cacat dengsn catatan apabila membeli AC second atau bekas (ditukar)	7.089
3.	Penggunaan alat modern menunjang keberhasilan pekerjaan	5.85
4.	Memberikan informasi tata letak AC seindah atau sebagus mungkin	5.031
5.	Pusat pelayanan pengaduan bersifat stand by	7.65
6.	Penggunaan seragam yang bersifat lebih meyakinkan para pelanggan	5.977
7.	Karyawan yang sudah terlatih dan mempunyai setifikat tentang Air Conditioner	6.57